FENIX SERVICES

GUIDE GRATUIT

7 LEVIERS POUR ATTIRER PLUS DE CLIENTS

Le guide concret pour artisans, restaurateurs, praticiens et indépendants. Sept leviers à activer en 30 jours, une action immédiate pour chacun.

01 Votre site : machine à clients ou carte de visite ?

02 Fiche Google : le levier gratuit sous-exploité

03 Les preuves qui déclenchent la confiance

04 L'offre d'appel : capter les indécis

05 Automatisation : répondre vite à chaque demande

06 Réseaux sociaux : ce qui marche en local

07 Le parrainage qui multiplie vos clients

Stéphane Marion

Fondateur de Fenix Services · 30 ans de commerce et de direction · fenix-services.fr

01

VOTRE SITE : MACHINE À CLIENTS OU CARTE DE VISITE ?

Les 5 éléments qui font la différence

La différence entre un site qui génère des demandes chaque semaine et un site que personne ne regarde se joue sur cinq éléments précis. Votre futur client ne veut pas lire ce que vous faites : il veut savoir si vous pouvez régler son problème.

1. **Un titre compris en quelques secondes**
   Qui vous êtes, ce que vous faites, où vous intervenez. « Bienvenue sur mon site » ne dit rien à personne.

2. **Une seule action principale**
   Appel, devis ou réservation : choisissez-en une. Trois boutons au même niveau, c'est aucun bouton.

3. **Des preuves visibles tout de suite**
   Avis Google ou témoignages en haut de page. On lit les avis avant d'appeler.

4. **Le mobile d'abord**
   La plupart de vos visiteurs arrivent depuis leur téléphone. Testez chaque page au pouce.

5. **Un chargement rapide**
   Un site lent fait partir le visiteur avant qu'il ait lu une ligne. Compressez vos images.

ACTION IMMÉDIATE

Ouvrez votre site sur votre téléphone. Pouvez-vous vous appeler en moins de 10 secondes ?

02

FICHE GOOGLE : LE LEVIER GRATUIT SOUS-EXPLOITÉ

Apparaître quand on cherche votre métier dans votre ville

Pour un professionnel local, la fiche Google (Google Business Profile) est souvent le premier contact avec un client. Bien tenue, elle peut apporter autant de demandes qu'un site, et elle ne coûte rien.

1. **Une fiche complète**
   Catégorie principale, horaires, zone, description avec vos mots-clés locaux. Aucun champ vide.

2. **Des avis récents**
   Demandez un avis à chaque client satisfait. La régularité compte plus que le volume.

3. **Des photos réelles chaque mois**
   Deux ou trois photos de vos réalisations. Une fiche vivante inspire confiance.

4. **Une réponse à chaque avis**
   Positifs comme négatifs. La réponse montre que vous êtes présent et professionnel.

5. **Les questions-réponses**
   Remplissez la rubrique avec les questions qu'on vous pose le plus souvent.

ACTION IMMÉDIATE

Tapez votre nom et votre ville sur Google. Votre fiche apparaît-elle ? Est-elle complète ?

03

LES PREUVES QUI DÉCLENCHENT LA CONFIANCE

Le témoignage qui fait décrocher le téléphone

Avant d'appeler un artisan, un praticien ou un restaurant qu'il ne connaît pas, votre futur client cherche la preuve que d'autres vous ont déjà fait confiance. Sans preuve, vous demandez à un inconnu de vous croire sur parole.

1. **Le témoignage utile**
   « J'avais tel problème, voici le résultat. » Bien plus parlant que « très professionnel, je recommande ».

2. **Des chiffres vrais**
   « Livré en 6 jours », « 200 € économisés » marquent plus que des adjectifs. Uniquement des chiffres que vous pouvez prouver.

3. **Des photos avant/après**
   Le plus fort pour un artisan. Pour un restaurant, les plats. Pour un praticien, un témoignage en vidéo courte.

4. **Vos références locales**
   Entreprises ou partenaires connus dans votre secteur, cités avec leur accord.

5. **Votre expérience en faits**
   Années d'activité, nombre de chantiers ou de clients : des éléments vérifiables.

ACTION IMMÉDIATE

Envoyez un message à vos 3 meilleurs clients. Demandez-leur deux phrases sur leur expérience.

04

L'OFFRE D'APPEL : CAPTER LES INDÉCIS

Transformer les visiteurs en contacts

La majorité de vos visiteurs ne sont pas prêts à acheter. Ils comparent, ils hésitent, ils reviendront peut-être. Une offre d'appel transforme ces « peut-être » en contacts, puis en clients.

1. **Le premier regard offert**
   Un diagnostic rapide et gratuit de la situation du prospect. Il montre votre expertise dès le premier échange.

2. **L'échange de 15 minutes**
   Sans engagement, juste pour voir si vous pouvez aider. Cela rassure et déclenche le contact.

3. **Le guide gratuit**
   Comme celui-ci : un contenu utile en échange d'une adresse e-mail, pour créer la relation avant la vente.

4. **La démonstration**
   Montrer un exemple concret pour le secteur du prospect vaut mieux qu'un long discours.

5. **L'engagement clair**
   Délai annoncé, prix affiché, conditions simples : tout ce qui réduit le risque perçu.

ACTION IMMÉDIATE

Quelle est votre offre d'entrée ? Si c'est « contactez-nous », vous n'en avez pas.

05

AUTOMATISATION : RÉPONDRE VITE À CHAQUE DEMANDE

Le premier qui répond a souvent le client

Répondre dans l'heure plutôt que le lendemain change le résultat. À la main, c'est impossible quand on est sur le terrain. Avec quelques automatisations simples, cela se fait tout seul.

1. **Une alerte immédiate**
   Chaque formulaire rempli vous prévient par e-mail ou SMS, où que vous soyez.

2. **Un accusé de réception automatique**
   Le prospect sait que sa demande est arrivée et quand vous le rappelez.

3. **La prise de rendez-vous en ligne**
   Le prospect choisit son créneau. Les rappels partent tout seuls.

4. **Un tableau de suivi simple**
   Contacté, devis envoyé, gagné, perdu : un tableau suffit pour ne rien oublier.

5. **La relance à J+3**
   Un devis sans réponse mérite une relance. Programmez-la d'avance.

ACTION IMMÉDIATE

Créez un créneau « 15 minutes découverte » dans un outil de prise de rendez-vous et mettez le lien sur votre site.

06

RÉSEAUX SOCIAUX : CE QUI MARCHE EN LOCAL

Quel réseau, quel contenu, quelle fréquence

La question n'est pas « faut-il être sur les réseaux ? » mais « quel réseau et quel contenu pour mon métier ? ». L'objectif : des clients près de chez vous, pas des mentions J'aime.

1. **Facebook pour la clientèle locale**
   Groupes de votre ville, page professionnelle, photos de réalisations.

2. **Instagram pour le visuel**
   Restaurants, bien-être, décoration : vos photos vendent. Avant/après, coulisses, plats du jour.

3. **LinkedIn pour le B2B**
   Consultants et services aux entreprises : vos décideurs y sont.

4. **Le contenu qui marche**
   Coulisses, avant/après, question du jour, astuce métier. La valeur d'abord, la promotion ensuite.

5. **La régularité avant la perfection**
   Deux publications par semaine pendant six mois valent mieux que trente en un mois.

ACTION IMMÉDIATE

Choisissez UN réseau. Publiez une photo de votre dernier chantier ou projet avec une phrase d'accroche et votre contact.

07

LE PARRAINAGE QUI MULTIPLIE VOS CLIENTS

Transformer vos clients en apporteurs d'affaires

Votre meilleur commercial est un client satisfait. Un parrainage organisé transforme le bouche-à-oreille en processus, au lieu de le laisser au hasard.

1. **Une récompense claire**
   Une réduction sur la prochaine facture ou un cadeau pour le parrain. Simple à comprendre, simple à tenir.

2. **Le bon moment**
   Demandez quelques jours après la livraison, quand le client a constaté le résultat.

3. **Le message prêt à envoyer**
   Donnez à votre client un texte à transférer. Ne lui demandez aucun effort.

4. **Le suivi**
   Notez qui vous envoie qui, et remerciez à chaque fois.

5. **Vos meilleurs ambassadeurs**
   Ceux qui vous recommandent souvent méritent une attention particulière : priorité, petit plus.

ACTION IMMÉDIATE

Identifiez vos 5 clients les plus satisfaits. Proposez-leur le parrainage cette semaine.

FENIX SERVICES

VOUS AVEZ LES LEVIERS. PASSEZ À L'ACTION.

Ces sept leviers fonctionnent quand ils sont mis en place, pas quand ils sont lus. Si vous voulez gagner du temps, voici comment nous travaillons : un site livré en 7 jours, à prix fixe, et quelqu'un qui s'en occupe ensuite.

ESSENTIEL

399 €

- 1 page optimisée mobile
- Formulaire de contact
- Fiche Google créée
- En ligne en 7 jours

PRO

599 €

- Jusqu'à 5 pages sur mesure
- Référencement sur vos mots-clés
- Formulaires de devis et de RDV
- Formation 1 h en visio

LANCEMENT

799 €

- Tout le pack Pro
- Fiche Google optimisée et suivie
- 3 mois d'accompagnement
- En ligne en 10 jours

Après la mise en ligne : abonnement Sérénité à 29 €/mois (hébergement, sécurité, 1 modification par mois) ou Croissance à 79 €/mois (avis Google, fiche Google, rapport mensuel). Engagement 12 mois.

APPEL DÉCOUVERTE GRATUIT · 15 MINUTES

Réservez votre créneau : **fenix-services.fr/contact** · 06 77 48 68 23 · contact@fenix-services.fr

Prix TTC, TVA non applicable (art. 293 B du CGI). Détail des formules sur fenix-services.fr/offres. © 2026 Fenix Services, Stéphane Marion. Guide à usage personnel.